Wychodzi raz w tygodniu. *Porto opłacone ryczałtem.*

ROK XIV. Kraków, dnia 5 września 1931 Nr. 26

PRZEGLĄD KUPIECKI

ORGAN ZWIĄZKU STOWARZYSZEŃ KUPIECKICH MAŁOPOLSKI ZACHODNIEJ

Cena abonamentu:

Abonament kwartalny	4 zł
„ półroczny	8 zł
„ roczny	16 zł

Prenumeratę i ogłoszenia przyjmują wszystkie biura dzienników i ogłoszeń

Godziny urzędowe Redakcji od 6 do 7 wiecz. Rękopisów Redakcja nie zwraca

Redakcja i administr. Kraków, Grodzka 43. Telefon Nr. 132-67

Konto P. K. O. Nr. 400.342

Ogłoszenia:

Wiersz milim. 1 szp. na okładce . . 40 groszy
Wiersz milim. 1 szp. na I. str. okładki 60 groszy
Wiersz milim. 1 szp. w tekście . . . 60 groszy
Cała strona okładki Zł 200, Pół strony Zł 100, Ćwierć strony Zł. 50, Ósma strony Zł. 25
Cała strona w tekście Zł. 450, Pół strony 230. Ćwierć strony Zł. 120, Jedna osma strony Zł. 60

Nowe podwyżki celne.

W najbliższym czasie wejdą w życie podwyżki celne na następujące artykuły:

poz. taryfy celnej — nazwa towaru — Cło zł. od 100 kg.

61 p. 3 **czółenka tkackie** 300·—
62 „ 11 b) drzewa i krzewy owocowe 50·—
66 „ 5 a) **marmury, granit flandryjski**
1) w kształcie brył 15·—
2) „ płyt surowych 20·—
3) „ „ „ pow. opił. 30·—
b) **alabaster budowlany, źmijowec**
1) w kształcie brył, kawałów 2·60
2) „ płyt pow. 15 cm. 2·60
3) „ „ poniż 15 cm. 9·10
70 „ 2 a) **wyroby kamieniarskie** zwyczajne bez rzeźby i ozdób, szlifowane, polerow. 70·—
b) obłupane i obciosane lecz nieszlif. 40·—
71 „ 3 **Materjały do szlifowania**, polerowania naklejone
a) na papierze 100·—
b) na tkaninach 300·—
„ 4 a **sztuczne kamienie** do ostrzenia
a) pumeksowe również z sztuczn. 140·—
b) inne 300·—
b) krążki, tafle, tarcze z włókien, przędzy, tkanin, wojłoku szyte lub prasowane 182·—
c) bębny do łuszczenia 100·—
77 „ 6 **wyroby ze szkła**, litera b, o ile przeznaczone są dla celów techniczn. 208·—
c) **balony do fabrykacji żarówek** 360·—
„ 10 **Płyty szklane fotograficzne:**
a) nienaświetlone 300·—
b) naświetlone i wywołane jako pozyt. 400·—
c) „ i wywoł. jako negatywy b. cła
143 „ 1 **Miedź w gąskach**, blokach ect. b. cła
b) kadm 52·—
„ 2 **Aluminium w prętach**, blachach
a) 0.5 mm. i wyżej 150·—
b) poniżej 0.5 do 0.3 mm. 170·—
c) 0.3 mm. i mniej 200·—
„ 4 miedź, nikiel, kobald, bizmut
a) 0.5 mm. i wyżej 80·—
b) poniżej 0.5 do 0.3 mm. 90·—
c) 0.3 mm. i mniej 120·—
„ 5 **spiż, bronz fosforowy**, mosiądz, tombak argentyn, brytania
a) w hąskach, blokach 30·—
c) dowolnego przekroju od 0.3 do 0.5, 80·— do 120·—
„ 6 **Blachy paleniskowe** do parowozów 120·—
„ 7 **stopy aluminiowe** w gąskach, blokach 70·
c) w prętach, blachach
0.5 mm. i wyżej 250·—
poniżej 0.5 do 0.3 300·—
0.3 i mniej 350·—
149 „ 5 **palniki i rezerwoary do lamp**, maszynki naftowe, spirytusowe i inne, lampy lutownicze, piecyki z metali wyszcz. w poz. 1, 4, 3, 450·—
„ 6 **Sztucce, łyżki, widelce**, noże, trzonki do noży
b) z innych metali i stopów wymienionych w poz. 143 1.200·—
152 „ 1 **Wyroby kotlarskie**
a) walczaki 65·—
b) inne 46·80
„ 5 **Skrzynki sekcyjne** kotłów wodnorurkowych
a) nieobrobione 110·—
b) obrobione 140·—
„ 7 **Rury o osi** prostej
a) Łączniki, zakończenia, kształtki 100·—
b) powyżej 4 klg. 32·50
4 klg. i mniej 59·80
c) o grubości ścianki 2 mm. i mniej 90·—
„ 8 a) rury gięte, fasonowe, o grub. 2 mm. 150·—
inne 78·—
dalsze podwyżki dotyczą:
153 „ 8 łańcuchy stawowe, butli żelaznych i stalowych
„ 11 mebli i rur stalowych, żelaznych
159 „ 3 Łuski, naboje, kapiszony, magazynki
161 „ 1 pilniki o wadzę tuzina powyżej 3 klg. do 0.4 i mniej vide Dz. Ust.
165 „ 2 Metal płatkowy a) aluminiowy
I) niemalowany i nielakierowany 400·—
II) malowany, lakierowany 600·—
III) nacięty 800·—
167 „ 9 maszyny parowe, silniki powietrzne cło wedle wagi sztuk od 120 i mniej od 5 000 kl.
167 „ 10 silniki spalinowe vide Dz. Ust.
„ 27 **Maszyny do szycia**, maszyny korbowe do haftowania
1) główki do maszyn 100·—
2) maszyny w całości oraz gotowe podstawy 150·—
3) inne 54·60
„ 33 **Aparaty również do domowego użytku**
c) o wadze sztuki 5 klg, i mniej do 500 klg. i wyżej wide Dz. Ust.
„ 34 pędnie:
1) koła pasowe blaszane prasowe 150·—
2) inne 75·40
b) koła zębate o wadze sztuki 25 kl. i mniej 250·—
powyżej 25 klg. do 75 klg. 180·—
powyżej 75 klg. 150·—
„ 38 maszyny elektryczne, prądnice silniki elektryczne przetwornice wszelkie, transformatory, maszyny elektryczne osobne niewymienione jako to: elektrowentylatory, pompy, wiertarki, szlifierki
169 „ 15 przyrządy i aparaty elektrotechniczne jako to oporniki, rozruszniki, regulatory i kontrolery vide Dz. Ust.
„ 20 **Żarówki w oprawie**
a) z nitką metalową i inną 2.100·—
b) lampki radjotechniczne 11.000·—
„ 22 **Materjały instalacyjne** do sieci elektrycz
a) rurki izolacyjne bez pokrycia metalowego 180·—
b) pokryte blachą żelazną, mosiądzowaną ect. 300·—
185 „ 3 **Jedwab sztuczny**
a) nitkowany, niebarwiony 4.290·—
za pozwoleniem Min Skarbu 1.430·—
mocno nitkowany na szpulkach 1150·—
216 „ 4 **Ołówki i pióra do pisania**
a) pióra do pisania (stalówki) zw. 1.200·—
złocone 2.000·—

PRZEGLĄD KUPIECKI

ORGAN ZWIĄZKU STOWARZYSZEŃ KUPIECKICH MAŁOPOLSKI ZACHODNIEJ

Rok XIV. Kraków, dnia 5 września 1931 Nr. 26.

Dr. Norbert Salpeter.

Rozważania — na serjo.

To, co obecnie obserwujemy w gospodarce światowej czyni tak niesamowite wrażenie, że nic dziwnego, iż mimowoli ogarnia szerokie sfery ludności skrajny pesymizm. Zdaje się, jak gdyby wyjście ze sytuacji znaleść trudno. Faktem jest, że kryzys ma swoje tło w anormalnych stosunkach politycznych, uważam, że właśnie polityczne momenty przeważają gospodarcze.

Zwróciłem już na ten fakt w swoim czasie na tem miejscu uwagę. Dzisiaj stało się to niejako dobrem publicznem, każdy odczuwa, że jak długo stosunki polityczne między poszczególnemi państwami nie ulegną zmianie to o poprawie nie będzie mogło być mowy. Obecne przesilenie okazuje w całej swej jaskrawości wzajemną współzależność gospodarczą poszczególnych państw. Kryzys niemiecki zachwiał — co dzisiaj nie jest tajemnicą walutą potężnej zwycięskiej Anglji, a zachwianie Angji mogłoby pociągnąć za sobą nieobliczalne następstwa w państwach tak silnie ufundowanych jak w Stanach Zjednoczonych Ameryki, oraz we Francji. Naturalnie wszystkie inne państwa znalazłyby się mimowoli w orbicie działania tego kataklizmu gospodarczego. Jest zatem pierwszorzędnym błędem patrzeć na to, co się dzieje, wyłącznie z punktu widzenia czysto indywidualnego nastawienia jednego państwa, jak to czynią nierozważnie niektórzy publicyści.

U nas, jeśli chodzi o Polskę, te przejawy na rynku międzynarodowym nie wywołują chwilowo takich skutków, jak się na ogół obawiano. Nie ulega jednak najmniejszej wątpliwości, że o ileby tempo przesilenia światowego miało dalej przybrać na sile — to stanęlibyśmy przecież wobec trudnych problemów do rozwiązania. Zawsze wskazywałem na to, że gospodarstwo nasze rozwija się wśród specyficznych warunków, wobec czego musi się przy analizie brać pod rozwagę ten swoisty współczynnik rozwoju. Analiza rynku krajowego jest mniejwięcej następująca: Rynek kredytowy Polski odznacza się tem, że wszelkie operacje u nas odbywają się wyłącznie pod kątem kredytów krótkoterminowych, wszelkie inwestycje są z reguły poparte kredytami nie dłużej jak na lat trzy biegnącemi. A gdy amortyzacja zainteresowanych kapitałów nie może nastąpić w tak krótkim czasokresie wywołują podobne kredyty silne napięcie na rynku pieniężnym i utrzymywanie się stopy procentowej na wysokości nadmiernej (12—15 proc. rocznie), której nikt w zasadzie pokryć nie jest w stanie. I właśnie do zaognienia trudności przyczyniają się te kredyty w wysokim stopniu. Dzisiaj nie tylko handel, ale i przemysł, a za nim też i rolnictwo obarczone jest podobnemi kredytami wzrastającemi w miarę, jak się sytuacja na rynku pogarsza. W jaki sposób spłata zaciągniętych pożyczek krótkoterminowych nastąpi — jest na razie tajemnicą. Faktem jednak jest, że taki stan rzeczy wytwarza u nas coraz silniejszą współzależność od rynku kapitałów zagranicznych z tej prostej przyczyny, że ciśnienie na rynku międzynarodowym umniejsza widoki odpowiedniego napływu kapitałów i do nas, a napływ ten musi być dosyć poważny, ażeby był w stanie doprowadzić do obniżenia stopy procentowej do miary normalnej a przez to do konwersji długów obecnych inwestycyjnych krótkobieżnych na długoterminowe, o niskiem oprocentowaniu.

Jest to zatem zagadnienie — jeśli chodzi o nas pierwszorzędnej wagi. Bo w obecnym rozwoju wypadków musi zadłużenie krótkoterminowe pociągnąć za sobą masowe bankructwa, a więc dalszy

zwrost bezrobocia i niepewność ukształtowania się stosunków w przyszłości. W ten sposób mamy wybitny interes w tem, by dzisiejsze zapalne ogniska zostały możliwie szybko usunięte.

Ale, jeśli nawet taki stan rzeczy jest już dzisiaj widoczny, nie należy z tego wyciągnąć wniosków biernej natury. Znaczy to, nie należy z założonemi rękoma oczekiwać na zmianę frontu gospodarczego zagranicą. Polityka gospodarcza Polski musi być aktywną w dwojakiem znaczeniu, raz w kierunku wzmocnienia defenzywy, raz zaś w kierunku ofenzywnym. Obie właśnie czynności zlewają się ze sobą. I tu ma państwo wiele do zdziałania. Ono właściwie weszło już na tę drogę, gdy wreszcie zrozumiano samą zasadę współzależności wydatków państwowych od dochodu społecznego. To było podstawą ograniczenia wydatków państwowych przez obcięcie budżetu. Operacja jednak była o tyle jednostronną, że trafiła w rzesze konsumentów, a więc w siłę kupna bardzo poważnego odłamu urzędników, czyli w końcu w produkcję i handel. To jednak podniosło w wybitny sposób koszta produkcyjne i handlowe, a więc pogłębiło brak równowagi między wydatkami a dochodami płatników skarbowych. Dlatego z natury rzeczy, narzuca się wprost nakaz przystąpienia w tempie pospiesznym do przeprowadzenia pewnej operacji na całym odcinku wydatków państwowych bez względu na cele na jakie wydatki są przeznaczone i na odcinku przeróżnych świadczeń publicznych bez względu, na to czy chodzi tu o wpływy państwa, czy wpływy gmin, czy instytucji socjalnych. Chodzi więc o to, ażeby całokształt gospodarki skarbowej wszystkich instytucji a w szczególności państwa poddano gruntownej analizie i nie odstraszono się przed najmniej popularnemi pociągnięciami. Tu chodzi o całość państwa, ale i coś więcej, o wykorzystanie najbardziej korzystnego dla nas momentu, zdobycia wreszcie pełnego zaufania na rynku międzynarodowym. Jeśli bowiem obecny kataklizm gospodarczy przejdzie obok nas bez wstrząśnień — skutek będzie taki, że nie my ubiegać się będziemy o kredyty, ale ci, którzy kredytów nam udzielać mogą o pożyczanie u nich kapitałów, ale przytem nie trzeba jednak o jednem zapominać, że o zdrowiu gospodarczem państwa nie decyduje tylko budżet państwa — lecz w równej mierze conajmniej zdrowie gospodarcze płatników.

Rozwiązanie Stowarzyszenia Kupców w Tarnowie.

Od 20 lat istnieje w Tarnowie Stowarzyszenie Kupców, w którem grupują się prawie wszyscy kupcy miejscowi i które stale stało na straży ich interesów. Nigdy władza zarówno zaborcza jakoteż polska nie miała powodu do wkraczania w działalność tegoż Stowarzyszenia, gdyż element tam zorganizowany oraz jego zarządy zawsze z najlojalniejszych obywateli.

Toteż jak grom z jasnego nieba padła wiadomość o rozwiązaniu tegoż Stowarzyszenia przez władzę nadzorczą tj. Województwo, które pismem z 20/VIII br. zawiadomiło Prezesa tegoż Stowarzyszenia p. Józefa Heumana o przymusowem rozwiązaniu Stowarzyszenia. Motywy: „Stwierdzonem zostało, że Stowarzyszenie to, zarejestrowane jako niepolityczne przekracza swój zakres działania przez zajmowanie się sprawami politycznemi. Dowodem na to jest ten fakt, że w czasie wyborów sejmowych w roku ubiegłym w lokalu tegoż Stowarzyszenia nietylko urządzono zgromadzenia polityczne, lecz nawet w lokalu tym mieściło się biuro wyborcze z list wyborczych".

Wedle informacyj naszych stan sprawy przedstawia się w ten sposób, że zarząd, który stale cierpiał na brak gotówki, wynajmował salę na różne cele za odpowiednim wynagrodzeniem. Zawsze i wszędzie jest zwyczajem, że **lokale** są zupełnie **neutralne**, że można je na jakikolwiek godziwy cel wynająć. To też wszędzie na świecie jest przyjęte, że z tego tytułu nie czyni się zarzutu zarządowi, jeżeli tenże oddaje **tylko lokal** swój do dyspozycji, sam **nie dając swojej firmy, współpracy i poparcia**. Gdy więc pewne stronnictwo zwróciło się do gospodarza lokalu o jego wynajęcie, tenże nie miał żadnego powodu do odmówienia wynajęciu lokalu tembardziej, że szereg innych, miejscowych Stowarzyszeń również na takie same cele lokale swe wynajmywał, co dla nich żadnych konsekwencyj za sobą nie pociągnęło.

Lokal Stowarzyszenia Kupców wynajęty był dla celów wyborczych stronnictwa narodowo żydowskiego, a więc **państwowo lojalnego**, toteż chyba zarządzenie władzy opierać się musiało na **błędnych informacjach** osób nieobjektywnych i wrogo wobec Stowarzyszenia usposobionych.

Na wieść o zarządzeniu władzy zebrali się samorzutnie w Stowarzyszeniu prawie **wszyscy kupcy Tarnowa**, by brać udział w ostatniem posiedzeniu Wydziału, na którem miano odczytać reskrypt Województwa, rozwiązujący Stowarzyszenie. Posiedzenie otworzył Przewodniczący p. Józef **Heumann**, który po odczytaniu reskryptu wojewódzkiego wygłosił wzruszające przemówienie, w którem podniósł zasługi Stowarzyszenia dla dobra reprezentowanego przez nie kupiectwa, stwierdził, że linja wytyczna Stowarzyszenia **nigdy i w niczem nie krzyżowała się z interesami kraju**, którego członkowie Stowarzyszenia są i pozostaną nadal dobrymi i ofiarnymi obywatelami.

Po złożeniu przez Przewodniczącego szkicowego sprawozdania ze swej **20 letniej** działalności rozległy się długo niemilknące burzliwe oklaski, poczem p. Seiden w gorących i serdecznych słowach zwraca się do Prezesa Heumana w imieniu wydziału i całego kupiectwa, dziękując mu za jego wieloletnią, ofiarną, bezinteresowną pełną poświęcenia pracę dla dobra kupiectwa tarnowskiego i wyraża nadzieję, że jeszcze długie lata kupiectwo tarnowskie korzystać będzie z jego sił i niepospolitych zdolności.

Po przemówieniach pp. Wachsmana, Ehrlicha, Eichhorna, którzy wyrażają swe oburzenie z powodu zarządzenia o rozwiązaniu Stowarzyszenia, wygłasza płomienne przemówienie p. **Götzler**, nie szczędząc

słów pogardy i oburzenia pod adresem tych z pośród członków społeczeństwa żydowskiego, którzy odważyli się przez swe podstępne intrygi wykopać grób dla jedynej prawdziwej reprezentacji kupiectwa w Tarnowie.

W końcu na wniosek jednego z członków Stowarzyszenia zebrani jednogłośnie postanawiają wnieść uroczysty **protest** i **rekurs** do wyższych instancji przeciw rozwiązaniu Stowarzyszenia oraz przystąpić do założenia nowej organizacji zawodowo kupieckiej.

Ciekawe szczegóły projektu ustawy o koncesjonowaniu przedsiębiorstw autobusowych.

Jak się dowiadujemy, projekt ustawy o koncesjonowaniu przedsiębiorstw autobusowych, opracowany przez ministerstwa robót publicznych, komunikacji, oraz poczt i telegrafów, przewiduje wprowadzenie koncesyj na eksploatację linji autobusowych na przeciąg niemniej, niż 10 lat. Według tego projektu koncesjonarjusze musieliby zobowiązać się do konserwowania dróg i budowania nowych, przyczem w pierwszym rzędzie koncesje udzielane byłyby samorządom.

Udzielanie koncesyj na linje autobusowe powierzone byłoby specjalnym komisjom wojewódzkim, w składzie przedstawicieli województwa z działu administracji robót publicznych, sejmiku względnie wydziału powiatowego, ministerstwa poczt i telegrafów, Izby przemysłowo handlowej, oraz być może, przedsiębiorców autobusowych.

Wobec tego, że poszczególne przedsiębiorstwa autobusowe nie będą w stanie z powodu braku kapitałów utrzymać same linji, eksploatowało dotychczas po kilka lub kilkanaście przedsiębiorstw, a jednocześnie dopełnić warunków koncesji dotyczących konserwacji i budowy dróg — mogłyby one uzyskać koncesje jedynie po utworzeniu konsorcjum, rozporządzającego wspólnym kapitałem połączonych przedsiębiorstw.

W sprawie koncesyj autobusowych zainteresowane jest również ministerstwo poczt i telegrafów, które zamierza wprowadzić przewóz listów i przesyłek autobusami, przez co uzyskałoby duże usprawienie aparatu pocztowego.

Przed sezonem zimowym w Łodzi.

Przemysł włókienniczy w Łodzi czyni już przygotowania do zbliżającej się kampanji zimowej. Dotyczy to w pierwszym rzędzie producentów branży wełnianej, gdzie prace nad przygotowaniem warsztatów do potrzeb produkcyjnych sezonu zimowego oraz opracowaniem prób i wzorów tkanin zimowych — są w toku.

W przemyśle bawełnianym prace w tym kierunku w większym zakresie, o ile chodzi o produkcję tkacką, są zapoczątkowane. Przedsiębiorstwa bawełniane tkackie posiadają jeszcze znaczne ilości niesprzedanych tkanin z ubiegłego sezonu zimowego, co oddziaływa hamująco na inicjatywę tych fabryk.

Zmiany wzorów.

O ile chodzi o koncepcje w zakresie wzorów i prób to — najprawdopodobniej — większych zmian w porównaniu z wzorami z sezonu zimowego r. ub. nie będzie. Jeśli zaś zostaną rzucone na rynek jakieś nowe „szlagiery“, to zjawią się one zapewne w toku kampanji, t. j. w pełni sezonu zimowego. Oczywiście wzory tych szlagierów komponowane są przez każde większe przedsiębiorstwo, w ścisłej tajemnicy przed przedsiębiorstwami konkurencyjnemi.

Naogół uwydatniająca się ostatnio we włókiennictwie łódzkim tendencja do nieczynienia większych zmian w dotychczasowych wzorach tkanin w celu uniknięcia większych, strat na pozostających po zakończeniu sezonu zapasach, utrzymuje się w dalszym ciągu, w przeciwieństwie do taktyki większości przedsiębiorstw włókienniczych w latach ubiegłych, kiedy poszczególne przedsiębiorstwa pod wpływem ostrej walki konkurencyjnej, rzucały na rynek nieskończone ilości nowych „szlagierów“.

Ta tendencja pewnej stabilizacji w dziedzinie mody tłumaczy się zarówno znacznem wyczerpaniem finansowem większości łódzkich firm, jak również przejawiającym się ze strony konsumcji popytem na modne ale tańsze tkaniny, dzieje się to w przeciwieństwie do okresów, kiedy klientela, szczególnie miejska płaciła chętnie słone ceny za t. zw. szlagiery sezonowe.

Polityka sprzedaży.

Obecnie, w związku ze znacznem zubożeniem szerokich sfer klienteli miejskiej, „polityka sprzedaży“ poszczególnych firm, polegająca na wypuszczaniu na rynek niewielkich ilości towaru danego gatunku oraz szybkiem skomponowaniu i produkcji nowych wzorów

tkanin, musi być zaniechana. Wyjątek stanowią może fabryki, nastawione na produkcji wyrobów dla kobiet jednakże i w tym dziale niesłychanie wielka ilość „szlagierów“ w ciągu jednego sezonu ulega już i ulegnie niewątpliwie dalszej redukcji.

Ceny.

O kształtowaniu się cen w przyszłym sezonie zimowym obecnie nie można jeszcze nic konkretnego powiedzieć. Klucza sytuacji w tej dziedzinie szukać należy w zagranicznych rynkach surowca bawełnianego i wełnianego. Wszelkie fluktuacje cen surowca zagranicą będą miały zapewne znaczny wpływ na kształtowanie się cen gotowych wyrobów naszego przemysłu w nadchodzącym sezonie.

Horoskopy na przebieg zbliżającego się sezonu są raczej pesymistyczne.

Postępujący znaczny spadek sił nabywczych ludności miejskiej, brak znamion znaczniejszej poprawy w sytuacji wsi, wewnętrzne trudności przemysłu włókienniczego w związku z jego coraz bardziej zwiększającym się głodem kapitału, wreszcie pewne pogorszenie się wypłacalności w tej branży — wywołują uzasadniony nastrój pesymistyczny i tendencję do jak najbardziej ostrożnej i wstrzemięźliwej oceny sytuacji.

Sprawiedliwość podatkowa w cyfrach.

Wydana przez Ministerstwo Skarbu statystyka obciążenia podatkowego za rok 1928 wykazuje

a) **dla podatku dochodowego**

1) na 465.955 płatników podatku przemysłowego z handlu prawie połowę bo 232.166 stanowią płatnicy podatku dochodowego.

2) na 36.335 płatników podatku przemysłowego z przemysłu, 22 590 było płatników podatku dochodowego.

Przyjąć można śmiało, że mimo kryzysu i masowego zubożenia, w latach 1930—1931 ilość płatników podatku dochodowego z tych grup znacznie się powiększa. Urzędnik referatu podatku dochodowego konkluduje bowiem, że skoro płatnik ma rodzinę i takowa żyje, to każdy „kupiec“ musi mieć dochód powyżej 1 500 zł. Jaki miał dochód to nie trudno do obliczania. **Miał** kupiec dochód bo na obrocie **musiał** zarabiać.

3) na 4.804 tysięcy gospodarstw samoistnych w rolnictwie było w roku 1928 tylko 227.500 podatników. Wedle artykułu 15 ustawy o podatku dochodowym dochód gospodarstw rolnych poniżej 15 hektarów (blisko 30 morgów) niepołożonych w bliskości wielkich miast, może być obliczony maksymalnie wedle wartości 400 klg. żyta z hektaru czyli 200 kg. z morgi roli a więc wielokrotnie niżej od rzeczywistego dochodu. Można śmiało przyjąć, że wymiary podatkowe za lata 1930 i 1931 były dla rolników wskutek niskiej ceny podatkowej dla żyta znacznie niższe niż za rok 1928. Z powodu odroczenia płatności przyjąć należy że połowa z tych opodatkowanych z rolnictwa, podatku dochodowego nie płaciła.

Według przytoczonej publikacji w 1928 roku podatki bezpośrednie na rzecz samego SKARBU PAŃSTWA wynosiły zł. 969.402.633·— przyczem w sumie tej poszczególne grupy gospodarstwa społecznego uczestniczyły według następującego klucza:

		w %o
Nieruchomość gruntowa	114.610.386·—zł.	11.9
5/6 nadzwyczajnego wyrębu lasu	3.143.767·— „	0.3
budynki	67.989.612·— „	7.1
przemysł rolny	6.876.724·— „	0.8
przemysł górniczy, hutniczy i fabryczny	286.806.496·— „	29.7
rzemiosła	40 235.905·— „	4.2
HANDEL	329 719.934·— „	33 6
oddzielne składy	214.550 — „	—
zajęcia przemysłowe	3 515.045·— „	0 3
WOLNE zawody	13.388.140·— „	1.4
Inne zajęcia zarobkowe, oraz uposażenia wypł zagranicą	2 882.402·— „	0.3
Tantjemy	1.220 312·— „	0.1
Kapitały i prawa majątkowe	22.380.064·— „	2 4
wszelkie inne źródła	2 102.166·— „	0.2
Dochody ustalane na mocy art. 64 ust. o pod. dochod.	2.455 351·— „	0.3
Dochody niefundowane	66.837 048·— „	6.8
podatek wojskowy	5 024.729·— „	0 5
ogółem	969 402.633·—zł.	100%

Zestawienie powyższe sporządzone jest na podstawie wymiarów podatkowych za 1928 rok a nie faktycznych wpływów (z wyjątkiem kwot, dotyczących świadectw przemysłowych oraz podatku dochodowego od uposażeń).

Z zestawienia tego, obejmującego podatki: gruntowy, od nieruchomości, przemysłowy, dochodowy, od kapitałów i rent oraz podatku wojskowego, wynika, iż handel ponosi tytułem podatków państwowych bezpośrednich największy ciężar bo 33 6% Od roku 1928 sytuacja się dla handlu znacznie pogorszyła wobec ulg czynionych rolnictwu i śruby podatkowej, która się w stosunku do handlu stale wysila.

Przejdźmy do niezmiernie ciekawnych danych o dochodach poszczególnych grup gospodarstwa społecznego, przyczem oczywiście mowa jest tylko o

dochodach podatkowych, ustalonych dla celu wymiaru podatkowego za 1928 r.

		w %
Nieruchomość gruntowa	823.028.412 —zł.	23.2
5/6 nadzwyczajnego wyrębu lasu	20.449.756·— „	0.6
Budynki	323.967.609·— „	9.1
Przemysł rolny	30.260.707·— „	0.9
przem. górnicz. hutniczy i fabr.	637.409.816·— „	17.8
Rzemiosła	270.576.435·— „	7.6
H a n d e l	1.108.799.157 — „	31.1
zajęcia przemysłowe	25 485 616·— „	0.7
Zajęcia wolne	127.695 900·— „	3.6
inne zajęcia zarobkowe i uposarzenia wypłac. zagranicą	53 544 364·— „	1.5
Tantjemy	7.375.297·— „	0.2
Kapitały i prawa majątkowe	70 181.077·— „	2.0
wszelkie inne źródła majątkowe	30.141.995·— „	0.8
Dochody ustalone na podst art. 64 ustawy o pod. doch.	31.494 045·— „	0.9
ogółem	3.560 410.186 — „	100%

Powyższe cyfry wykazują, że h a n d e l partycypuje w 31%, przemysł w 17.8% ROLNICTWO w 23.2%

O ile idzie o **obroty** przyjęte dla poszczególnych grup przedsiębiorstw dla wymiaru podatku przemysłowego, wyrażają je następujące cyfry:

		w%
Przemysł rolny	272.506.927·—zł.	1.0
przemysł górn., hutn. i fabr.	8 660.465 950·— „	33.9
Rzemiosła	1.443 367.946 — „	5.6
H A N D E L	14.918 040.411 — „	58.4
zajęcia przemysłowe	42 614.000·— „	0.1
Wolne zawody	220.182.284·— „	1.0
ogółem	25.557.177.518·— „	100%

Obroty **handlu** zatem stanowią 58.4% a przemysłu 33.9% przyczem dla charakterystyki podnieść należy, iż w sumie 8.660.000.000 zł. ustalonej dla całego przemysłu Polski, najwyższa cyfra tj. 1.623 miljonów zł. przypada na przemysł włókienniczy.

Z przytoczonych cyfr jasno wynika dlaczego handel stoczył się w otchłań nędzy. Za wielkie dawki podatkowe zaaplikowano handlowi i skutek obecnie ponosi całe gospodarstwo społeczne.

Pierwsze kroki nad uzdrowieniem stosunków w garbarstwie.

W niedzielę 24 u. m. odbyło się w Krakowie zebranie przemysłowców-garbarzy z całego kraju, na którem omawiano ciężki stan przemysłu garbarskiego w Polsce. Stan ten jest tak katastrofalny, że okazała się konieczność ścisłej finansowej i przemysłowej organizacji całego tego przemysłu.

Przewodniczył zebraniu p. dr. **Jaroszyński**. Po dłuższej dyskusji wskutek wniosku przedstawicieli Polskiego Związku przemysłowców Garbarzy uchwalono, jako zasadniczy postulat, konieczność utworzenia Syndykatu Garbarskiego, z tem, że tworzenie tego Syndykatu odbywać się będzie etapami. Pierwszym etapem, do którego niezwłocznie przystąpiono, jest sprawa uporządkowania działu sprzedaży skór i stosunków handlowych w przemyśle garbarskim.

Brak podaży żyta.

W dalszym ciągu na giełdach krajowych zbożowych daje się odczuwać brak podaży zboża. Tranzakcje zawarte dotyczą tylko b. niewielkich ilości żyta i pszenicy. W związku z tem utrzymuje się tendencja mocna w zakresie cen na żyto, przyczem ceny pszenicy również uległy poprawie. 25 ub. m. notowano w Warszawie żyto po 22 do 22 i pół, pszenicę po 23 do 24 za 100 kg; w Poznaniu: żyto po 21 do 21 i jedna czwarta; pszenicę 20 i pół do 21 i pół. Według licznych wiadomości nadchodzących z różnych okręgów kraju zbiory żyta są w dużym stopniu mniejsze niż w r. ub., a w niektórych rejonach również donoszą o mniejszym urodzaju pszenicy.

Konjunktury.

Instytut Badania Konjunktur Gospodarczych i Cen w następujący sposób charakteryzuje obecną sytuację gospodarczą:

W rozwoju czynników gospodarczych nie nastąpiły poważniejsze zmiany. Wyniki zbiorów zapowiadają raczej możliwości pewnej poprawy sytuacji rolnictwa dopiero w późniejszym okresie. Decydujący natomiast wpływ na położenie ekonomiczne kraju wywierają obecnie czynniki o charak-

terze poza gospodarczym. Kryzys zaufania, podsycany w czerwcu i lipcu wydarzeniami o charakterze międzynarodowym trwa nadal, pociągając za sobą silny odpływ wkładów z banków, ucieczkę kapitałów za granicę i tezauaryzację walut obcych. Panika finansowa dotarła w lipcu do drobnych kapitalistów, na co wskazuje silny spadek wkładów w komunalnych kasach oszczędności, które dotychczas wykazywały z nielicznemi wyjątkami (we wrześniu 1930 r.) stały wzrost. Uspokojenie na rynku dewizowym nastąpiło dopiero około połowy sierpnia, na co wskazuje zahamowanie spadku rezerw Banku Polskiego oraz znaczniejsza zniżka kursu dolara gotówkowego.

Ucieczka kapitałów bądź w formie lokowania gotówki w bankach zagranicznych, bądź w formie tezauaryzacji walut obcych lub w jakikolwiek inny sposób, wywiera na rozwój gospodarczy kraju i na jego konjunkturę wpływ ujemny, odwrotny do tego jaki można normalnie obserwować w wypadkach dopływu kredytów zagranicznych. Jeżeli więc import kapitałów z zagranicy pociąga za sobą zwiększenie rozmiarów produkcji, to ucieczka kapitałów zagranicę jest czynnikiem, uniemożliwiającym jakąkolwiek poprawę konjunktury, a w obecnych warunkach działającym w kierunku zmniejszenia produkcji.

Ujemne następstwa ucieczki kapitałów ujawniły się w dziedzinie produkcji ze znaczną siłą już w lipcu. Ogólne rozmiary produkcji przemysłowej, które wykazywały lekki wzrost w ciągu drugiego kwartału, a mianowicie z 90,9 w marcu na 94,0 w czerwcu, w lipcu spadły do 92,7, przyczem należy zaznaczyć, że spadek ten byłby blisko dwukrotnie większy, gdyby nie równoczesny przypadkowy silny wzrost produkcji węgla.

Przy obecnym stanie psychicznym społeczeństwa i skłonności do paniki, w ciągu szeregu najbliższych miesięcy nietylko nie może być mowy o jakiejkolwiek poprawie konjunktury, lecz wprost przeciwnie, należy się liczyć z możliwością dalszego zaostrzenia sytuacji finansowej i dalszego ponad sezonowego ograniczenia produkcji, zwłaszcza po zakończeniu sezonu budowlanego. Gdyby jednak udało się przywrócić zaufanie co do przyszłego kształtowania się wewnętrznych stosunków politycznych i gospodarczych, wówczas automatycznie zostałyby stworzone warunki pewnej poprawy konjunktury, wtedy bowiem powróciłyby do obiegu kapitały stezauryzowane lub wywiezione zagranicę. Kapitały te według szacunkowych obliczeń wynoszą w chwili obecnej około 500 miljonów złotych. Ich powrót pociągnąłby za sobą upłynienie rynku pieniężnego i otworzyłby możliwości rozszerzenia produkcji przemysłowej w kraju.

Targi w Tel Awiwie.

W dniach 7. do 30 kwietnia 1932 r. odbędą się w Tel Awiwie Targi i Wystawa Bliskiego Wschodu.

Targi te organizuje towarzystwo dla wystaw „Mischar Wetaasija“ pod patronatem Wysokiego Komisarza Palestyny i prezydenta miasta Tel Awiw, który jest również prezydentem Komitetu Wystawowego.

Targi Bliskiego Wschodu mają już swoją wyrobioną markę. Ostatnio impreza tego rodzaju odbyta w roku 1929 ściągnęła kupców i przemysłowców z Palestyny, Syrji, Libanu, Iraku, Egiptu, Transjordanji, a nawet z Persji i Afganistanu i pod względem obrotów handlowych wydała wyniki nader dodatnie.

Wyroby ogniotrwałe dla przemysłu opłacają 2 proc. podatku obrotowego.

Ministerstwo Skarbu, opierając się na orzeczeniu Najwyższego Trybunału Administracyjnego wyjaśnia, że wyroby ogniotrwałe sprzedawane dla celów przemysłowych hutom żelaznym i szklanym, fabrykom karbitu i t. p., nie mogą korzystać z ulgowej 1 proc. stawki podatku przemysłowego od obrotu.

Ministerstwo skarbu — jak się dowiadujemy — upoważniło Izby Skarbowe oraz śląski Urząd wojewódzki do umarzania na indywidualną prośbę zainteresowanych płatników różnicy w podatku przemysłowym, przypadającej od obrotów przedsiębiorstw, produkujących wyroby ogniotrwałe, a uiszczających do dnia 1 sierpnia 1931 r. z tytułu zastosowania niniejszego zarządzenia 2-procentową stawkę zamiast dotychczasowej 1-proc. o ile odnośne przedsiębiorstwa udowodnią, że w kalkulacji nie uwzględniły większego obciążenia z tytułu podatku przemysłowego od obrotu.

Orzeczenia Sądu Najwyższego.

Przesyłka komornego nadana na pocztę pod adresem najmodawcy skutkuje zapłatę, choćby przesłana kwota pieniężna nie została przez najmodawcę podjęta.

Orzeczenie Izby VI. S. N. z 4 listopada 1930 Rw. 1645/30.

* * *

Pozasądowe wypowiedzenie najmu mieszkania służbowego na obszarze części cieszyńskiej województwa śląskiego, aczkolwiek nie stanowi tytułu egzekucyjnego, jest jednak dopuszczalne i konieczne, gdyż jako takie daje prawo wypowiadającemu, do żądania w skardze eksmisji lokatora.

Orzeczenie Izby III. S. N. S. 1 z 25. września 1930 R. 348/30.

* * *

Przeciwko wierzycielowi, który będąc blizkim krewnym lub powinowatym dłużnika lub jego żony przyjmuje od niego zabezpieczenie długo po zajściu niewypłacalności, przemawia według § 30 L. 2 ord. upadł. domniemanie świadomego przyjęcia świadczenia z naruszeniem interesów innych Wierzyciel ten jest dla odparcia powyższego domniemania obowiązany udowodnić, że zamiar dłużnika uprzywilejowania go, nie tylko nie był mu wiadomy, lecz i nie musiał być wiadomy.

Orzeczenie Izby III S. N. z 26/XI. 1930 Rw. 546/30.

* * *

Maszynista elektrowni zajęty osobiście przy obsłudze maszyn, nie może być poczytany za pracownika umysłowego, choćby na nim ciążyła odpowiedzialność za całość pracy w dziale maszynowym elektrowni.

Orzeczenie Izby III. S. N. z października 1930 Rw. 1304/30.

* * *

Woźny biurowy nie ma prawa do wynagrodzenia za godziny pracy ponad 8 godzin dziennie i za dyżury w niedziele i święta.

Orzeczenie Izby III. S. N. z 15 listopada 1930 1 Rw. 954/30.

* * *

Kolej odpowiada za zaginięcie przesyłki wedle zawartości zadeklarowanej w liście przewozowym, nie jest zatem odpowiedzialna za zaginięcie towaru wedle rzeczywistej zawartości przesyłki, jeżeli zawartość ta nie była ani nie mogła być jej wiadoma.

Orzeczenie Izby III. S. N. z 4. listopada 1930 I Rw. 980/30.

* * *

Prawo z korzystania z radja, a temsamem założenia koniecznego w tym celu urządzenia, należy w braku przeciwnej umowy do zwykłego używania najmu (§§ 1096, 1098 u. c.)

Przez przeprowadzenie przeto z mieszkania drutu wzdłuż muru frontowego na dach realności i umocowanie tamże anteny radjowej nie dopuszcza się lokator naruszenia właściciela tejże w jej posiadaniu.

Orzeczenie Sędu powiatowego Miejskiego we Lwowie z 6. listopada 1930 XIX C 321/30 i Sądu Okręgowego we Lwowie jako rekursowego z 4. z 4. lutego 1931, V. R 148/31.

* * *

Umowę najmu zawartą w czasie obowiązywania poprzedniej ustawy o ochronie lokatorów i ze stanowiska przepisów tej ustawy nieważną, należy uznać za ważną, jeśli odpowiada przepisom obecnie obowiązującej ustawy o ochronie lokatorów.

Dla oceny ważności umowy najmu, dotyczącej pomieszczeń handlowych lub przemysłowych łącznie z mieszkaniem, rozstrzygający jest fakt, które z tych pomieszczeń stanowi rzecz główną.

Orzeczenie Izby III. S. N. z 12 listopada 1930. 1 Rw. 848/30.

* * *

Wydany przeciw lokatorowi nakaz opuszczenia mieszkania wraz z domownikami, nie dotyczy żony lokatora, będącej kontrahentką w zawarciu umowy najmu. Wypowiedzenie najmu, ażeby było przeciw niej skuteczne, musi być przeciw niej jako uczestniczce najmu skierowane.

Nieprzyzwoite zachowanie się lokatora wobec właściciela, wywołane niewłaściwem zachowaniem się właściciela wobec lokatora, nie może stać się podstawą ważnej przyczyny wypowiedzenia.

Orzeczenie Izby III. S. N. z 19. listopada 1930 1 Rw. 1869/30.

MOJA RUBRYKA.

Kupuję mydełko...

W oknie wystawowem sklepu mydlarskiego zauważyłem białe mydełko marki X z uwidocznioną ceną 35 groszy. Wchodzę do sklepu i proszę o mydełko marki X. Kupiec podaje mi jakieś pudełko. Zaintrygowało mnie to, gdyż na wystawie mydełka te były luźne, bez opakowania. Otwieram więc zaraz pudełko i widzę, że jest to wprawdzie mydełko tej samej marki, lecz koloru żółtego. Gdy kupca zainterpelowałem, oświadczył mi, że mydełko to kosztuje 30 groszy i dorównuje zupełnie białemu mydełku. (Zaznaczyć muszę, że w oknie wystawowem marka X reprezentowana była jedynie w postaci białego mydełka). Dopiero teraz, na moją wyraźną prośbę otrzymałem żądane przezemnie mydełko za 35 groszy.

Jakich błędów dopuścił się kupiec powyższy?

Z chwilą, gdy okno wystawowe odnośnego kupca roiło się od białych mydełek marki X, a nie zawierało ani jednego żółtego, wynikałoby z tego logicznie, że danemu kupcowi zależało szczególnie na forsowaniu białego mydełka. Przypuśćmy jednak, że kupiec przeoczył tylko umieścić na wystawie żółte mydełko, że więc nie miał powodu faworyzowania jednego tylko gatunku. Gdy zatem, wchodząc do sklepu, zażądałem mydełka marki X, należało się klijenta zapytać, na który gatunek reflektuje i okazać mu obydwa mydełka. Jednakże kupiec odrazu musiał się domyśleć, że chodzi mi o białe mydełko, ponieważ na wystawie innego nie było, a podał mi natomiast w pudełku mydło gorsze. Możliwe, że kupiec liczył na to, że klijent będzie przeświadczony, iż otrzymał żądane mydełko, w dodatku jeszcze w ładnem pudełeczku, a nawet o 5 groszy tańsze. Dopiero w domu nastąpiłoby rozwiązanie zagadki.

Wypadek ten, mogący łatwo wyślizgnąć się z pod obserwacji, zasługuję jednak na uwagę. Jest to jeden z przykładów, jak nie należy sprzedawać. Kupiec, posługujący się podobnemi metodami, nie pozyska nigdy zaufania klijenta.

Nie zaostrzajmy kryzysu — zaufania... S. L.

KRONIKA.

Onegdaj zmarł błp. **Dr. Maurycy Spatz** wieloletni członek K. St. K.

Błp. Zmarły cieszył się dla zalet swego charakteru, ogólną sympatją wśród najszerszych sfer kupieckich.

Ciężko dotkniętej Rodzinie przesyła tą drogą wyrazy serdecznego współczucia.

Wydział Kr. St. K.

Specjalne przywileje preferencyjne a klauzula największego uprzywilejowania. W szeregu traktatów handlowych, ostatnio zawartych lub negocjonowanych, jak n. p. austrjacko-węgierskim, włosko-jugosłowiańskim, francusko-jugosłowińśtkim, węgiersko-włoskim, przewidziane są pewnego rodzaju przywileje preferencyjne, wyrażające się nie w zniżkach celnych, lecz w zapewnieniu dla produktów rolnych państwa, któremu zostaje udzielona preferencja, korzystniejszych cen przy pomocy ułatwień kredytowych, transportowych i innych.

Komitet Zbożowy Słałej Komisji Studjów Unji Europejskiej, który w ostatnich swych uchwałach oficjalnie uznał preferencje za system polityczno-handlowy, właściwy w obecnych warunkach gospodarczych, nie sprecyzował swego poglądu na wspomnianą wyżej kwestję przywilejów preferencyjnych Zastrzegając sobie dalsze zbadanie tego zagadnienia. Komitet wyraził jedynie zdanie, że zastosowanie tego rodzaju „systemu specjalnych“ jest zagadnieniem bardzo drażliwem, przyczem odnosi się wrażenie, że systemy te mogą osłabić znaczenie klauzuli największego uprzewilejowania.

Waloryzacja niemieckich polis na życie. Z min. skarbu komunikują, że wnioski o wcześniejszą wypłatę należności waloryzacyjnych z umów ubezpieczeń na życie zawartych z niemieckiemi zakładami ubezpieczeń i opiewające na marki niemieckie, zgłaszane stosownie do komunikatu ministerstwa skarbu ogłoszonego w Monitorze Polskim nr. 118 z dnia 23 maja br., w wielu wypadkach nie są wypełniane zgodnie ze wskazówkami i szematem, podanemi we wspomnianym komunikacie, i często osoby zainteresowane nie załączają do nich należytego poświadczenia urzędowego, stwierdzającego obywatelstwo polskie uprawnionej osoby. Zwraca się uwagę, że wnioski osób, do których nie będzie dołączone należyte poświadczenie obywatelstwa polskiego, lub wnioski, sporządzone wadliwie względnie nie podpisane, nie będą przekazywane przez rząd polski niemieckim zakładom ubezpieczeń i zostaną zwrócone zainteresowanym, którzy wskutek tego stracą prawo do żądania wcześniejszej wypłaty. Wobec licznego zgłaszania się posiadaczy polis życiowych niemieckich zakładów ubezpieczeń, opiewających na korony austrjackie, ruble rosyjskie

i marki polskie, lub zawartych na obszarze b. monarchji austro-węgerskiej, komunikuje się, że roszczenia te będą uregulowane w trybie przewidzianym w rozporządzeniu Prezydenta Rzeczypospolitej, z 15 kwietnia 1931 r., ogłoszonem w numerze 33 Dziennika Ustaw R. P. poz. 235. Zgłaszanie roszczeń z tytułu tych ostatnich polis jest przedwczesne i stanie się aktualnem dopiero z początkiem przyszłego roku, o czem zainteresowani zostaną powiadomieni komunikatami w prasie.

„Robur“ przenosi się do Warszawy. W jesieni br. znany koncern sprzedaży węgla „Robur“ przenosi swe biura z Katowic do Warszawy.

W Warszawie biura „Roburu“ umieszczone będą we własnym nowym gmachu przy ul. Foksal. Obecnie kończy się właśnie budowę tego gmachu. Jak słychać, przeniesienie biur nastąpiło z powodu interwencji Rządu w Warszawie, aby w stolicy państwa skupić zarządy wszystkich największych koncernów i przedsiębiorstw śląskich, a z drugiej strony wskutek skarg na zbyt wysokie wymiary podatkowe na Śląsku.

Kartelizacja drobnego i średniego przemysłu. Dowiadujemy się, że w Ministerstwie Przemysłu i Handlu powstał projekt przystąpienia do prac organizacyjnych w kierunku organizacji, ewentl. kartelizacji branżowej drobnego i średniego przemysłu. Projekt znajduje się w stanie przegotowań i prawdopodobnie na jesieni stanie się aktualnym.

Zagadnienie nowoczesnej propagandy handlowej.

W ostatnich czasach propaganda handlowa osiągnęła niebywałe rozpowszechnienie i stała się potęgą w życiu kupieckiem, z którą trzeba się poważnie liczyć. Tajemnica działania propagandy handlowej na masy, szczególnie tej kategorji propaganda, która zostaje przeprowadzona systemem — jak to poniżej nazwę — sugestywnym, polega właśnie na sugestji i jest taką samą zagadką jak ta ostatnia wogóle. Wkracza to bowiem w zakres zagadnienia psychologicznego, że nie tylko ludzie z masy, którym brak jest pewnej dozy krytycyzmu, lecz i ludzie ze sfer nawet najwyższej inteligencji, dają na siebie działać wpływowi takiego rodzaju reklamy, która dobroci zalecanego towaru niczem nie argumentuje, lecz ogranicza się jedynie do ciągłego powtarzania nazwy, względnie marki tegoż, tu i ówdzie w połączeniu z jakiemś do przekonania wcale nie przemawiającym, a często nawet banalnym i dziecinnym frazesem. A co najciekawsze, nowoczesna propaganda handlowa polega w przeważającej części na **takim** systemie reklamowania, podczas gdy operowanie **argumentami** w reklamie uchodzi obecnie za system przestarzały. Jak więc widzimy, istnieją w propagandzie handlowej dwa główne systemy, a to **system argumentacyjny** i system **sugestywny.** Pierwszy polega na tem, że reklamujący się kupiec czy wytwórca, stara się mocą swojej propagandy przekonać publiczność o dobroci, względnie taniości swojego towaru, podczas gdy system sugestywny ma na celu jedynie zakorzenić nazwę lub markę danego towaru, względnie danej firmy w pamięci mas. Jak już powyżej wywiodłem, cieszy się ten ostatni system obecnie większem powodzeniem. Często jednak spotykamy się z propagandą prowadzoną systemem mieszanym, przy którym się operuje równocześnie argumentami i środkami sugestywnymi. Byłoby błędem przypuszczać, że działanie propagandy czysto sugestywnej na masy, jest dowodem płytkości umysłu tejże, albowiem widzimy, że propaganda ta działa — jak już zresztą powyżej wspomniałem — w równej mierze na ludzi nawet najwyższej inteligencji. Jest to więc sugestja, której nikt nie jest w stanie się opierać, conajwyżej jednostki odrębnej od ogółu indywidualności, które nie ulegają sugestji żadnego rodzaju.

Nic więc dziwnego, że propaganda handlowa staje się jednym z najważniejszych czynników prosperowania przedsiębiorstw handlowych i przemysłowych. Nie można wprawdzie zaprzeczyć, że i jakość towaru odgrywa niemniejszą rolę jak jego reklamowanie i że gdy konsumenci po pewnym czasie nabierają przekonania, że reklamowany towar nie jest dobrej jakości, towar ten mimo dalszej intenzywnej reklamy straci coraz więcej na popycie, ale trzeba również przyznać, że towar reklamowany tej samej jakości, albo nawet nieco gorszy od niereklamowanego, znajduje niezliczenie więcej nabywców od tego ostatniego, jak również można za niego uzyskać znacznie wyższą cenę. Szczególnie dotyczy to artykułów t. zw. markowych. Przy towarach, których trwałość jest obliczona na lata, a nawet na dziesiątki lat jak np. zegary, maszyny itp., a których jakość można skontrolować dopiero po długim czasie, można siłą propagandy przez szereg lat uzyskać wielkie obroty nawet przy mniejwartościowej jakości. Nie można tego wprawdzie aprobować z punktu widzenia etyki, ustawowo jest jednak każdemu dozwolone reklamować swój towar w ramach nieprzekraczających ustawę o nielojalnej konkurencji, a kupcy zresztą na całym świecie chętnie posługują się tym środkiem w celu powiększenia swych obrotów.

Jest zrozumiałem, że wytwórca, który wprowadził swoje wyroby na rynek za pomocą propagandy, znajduje się w bardzo wygodnem położeniu wobec swoich klijentów, mogąc im dyktować ceny i warunki, albowiem ci ostatni są od niego zależni, ponieważ publiczność żąda tych wyrobów. Odsprzedawcy woleliby prowadzić towary marki niereklamowanej, oni znowu są tą stroną, która znajduje się w wygodniejszej pozycji, lecz musi to być idealnie zdolny sprzedawca i musi posiadać ogromny zasób cierpliwości, by przy artykułach wybitnie markowych móc nakłonić konsumentów do zakupu towarów nieznanej marki.

Osobiście znam zagranicą pewnego kupca, który w swoim sklepie prowadzi prawie że wyłącznie wyroby nieznane. Pomimo to osiąga on dość znaczne obroty, a to w ten sposób, że robi — że tak powiem — propagandę antypropagandową, a mianowicie tłumaczy on swoim klijentom, że fakt, iż pewna marka jest znana, nie dowodzi jeszcze, że towar jest dobry, albowiem jest to tylko produktem kosztownej reklamy, która podraża cenę, podczas gdy on daje towar wprawdzie niereklamowany, jednak conajmniej równowartościowy po znacznie niższej cenie. Przyznam, że tu i ówdzie uda mu się przekonać swoich odbiorców, jest jednak wątpliwem, czy dużo kupców chciałoby się podjąć tego zadania. Brak im na to czasu i cierpliwości. Pod tym względem kupcy wolą kroczyć po linji najmniejszego oporu i podawać klijentom to czego żądają.

Nie istnieje więc więcej problem czy należy się reklamować. Pytanie to zostało już dawno rozstrzygnięte w kierunku **pozytywnym.** Staje się zatem coraz więcej aktualną kwestja, **jak** się reklamować. Mylne jest zapatrywanie, że wielkiej umiejętności tu nie potrzeba i że wystarczy jakbądź się ogłaszać. Propaganda handlowa stała się rozległą nauką, dla której zagranicą tworzą akademje i specjalne kursa.

Szef propagandy musi być w pierwszym rzędzie dobrym psychologiem, któryby wiedział w jaki sposób najlepiej oddziaływać na mentalność wchodzącej w rachubę publiczności, względnie klijenteli. Szablonowe ujęcie tej kwestji nie wystarczy, albowiem system reklamy powinien być dostosowany do danego artykułu. Inną metodą propagandy uzyska się konsumentów dla artykułu z branży kosmetycznej, a inną znowu odbiorców dla maszyn potrzebnych dla przemysłu. Podczas gdy dla pierwszych reklama powinna być utrzymana w tonie lekkim i dowcipnym, dla reklamowania drugich będzie raczej na miejscu propaganda utrzymana w tonie poważnym i przeprowadzona systemem argumentacyjnym.

Najważniejszem jest ułożenie planu kampanji reklamowej. Chaotyczne i bezplanowe reklamowanie

się może mieć ten skutek, że pożądany cel nie zostanie osiągnięty, a wydane pieniądze pójdą na marne. Odnosi się to szczególnie do tych wypadków, przy których idzie o zaprowadzenie jakiejś marki na rynku zapomocą reklamy. Cel ten jest osiągnięty dopiero wówczas, gdy odnośna marka zakorzeniła się już w pamięci wchodzącej w rachubę publiczności. Żeby to osiągnąć musi reklamujący się kupiec czy wytwórca z góry obliczyć, w jakim czasie i przy jakiej sumie ogłoszeń i innego rodzaju reklamy powyższy cel może zostać osiągnięty. Trzeba więc z góry ułożyć plan i zapewnić budżet na przeprowadzenie tegoż. Zatrzymanie się w połowie drogi i niewykonanie planu do końca ma ten skutek, że wydane pieniądze na dotychczasową akcję można będzie uważać za stracone, albowiem dotychczasowa suma ogłoszeń nie wystarcza, żeby dana marka stała się zaprowadzoną. Natomiast przy wykonaniu planu akcji propagandowej do końca, gdy się okaże, że marka jest już na rynku dostatecznie znana, koszta reklamy dotychczasowej mogą być przy bilansie w pewnej mierze zaliczone do stanu czynnego, ponieważ przeprowadzona reklama przedstawia walory w postaci zaprowadzonej marki, przezco dane przedsiębiorstwo ma możność osiągnięcia większych obrotów, jak niemniej i wyższych cen. Żeby walor ten stale podtrzymywać i, aby zaprowadzona już przez reklamę marka nie szła z czasem w zapomnienie jest koniecznem kampanję reklamową od czasu do czasu **odnowić.** Po pierwszej wielkiej kampanji wystarczy przez jakiś czas mniej intenzywnie, a tylko w pewnych odstępach czasu przypominać się pamięci publiczności, jest jednak wskazanem przed i podczas każdego sezonu danego artykułu intenzywność propagandy powiększyć, a po upływie jakiegoś czasu na nowo przeprowadzić wielką kampanję reklamową. Tylko w ten sposób można będzie nazwę danego towaru czy firmy stale podtrzymywać w pamięci mas kupujących.

Bardzo ważnem jest trafne dostosowanie środków i sposoby propagandy do poszczególnych artykułów. Szef propagandy stawia sobie w pierwszym rzędzie pytanie, dla jakiego rodzaju publiczności dany artykuł jest przeznaczony i doszukuje sobie takich środków i sposobów, którymi najlepiej trafi do psychologji tejże publiczności. Dajmy nato, że akcja propagandy ma być przeprowadzoną na domieszkę do kawy. Jest to artykuł, który wchodzi w rachubę dla szerokich mas konsumentów, tak mieszkańców miast jak i wsi. W tym wypadku trzeba rozróżnić kraj rolniczy od kraju przemysłowego. Wobec tego, że towar o którym mówimy zostaje konsumowany przez wszystkich, a w znacznie większej mierze przez ludność mniej zamożną, to w pierwszym wypadku jako gros konsumentów wchodzi w rachubę ludność wiejska, podczas gdy w drugim sfery robotnicze. W kraju rolniczym więc reklama na wymieniony artykuł będzie przeprowadzona w ten sposób, żeby w jaknajwiększej mierze dotarła do mieszkańców wsi, a więc w pierwszym rzędzie przez ogłoszenia w dziennikach i czasopismach najwięcej czytanych przez ludność wiejską. Natomiast w kraju przemysłowym reklama na ten sam artykuł toruje sobie drogi, które najprędzej prowadzą do wprowadzenia się u konsumentów ze sfer robotniczych. Nie chcę tem powiedzieć, że w jednym i drugim wypadku można zupełnie ominąć resztę ludności, lecz główny nacisk w akcji reklamowej powinien być kładziony na te sfery, które w danym artykule stanowią przeważającą część konsumentów. Jako przykład przytoczę jeszcze artykuły luksusowe, które są używane tylko przez bogatsze sfery, powinny one być reklamowane nietylko w odpowiednich dziennikach lecz również w modnych ilustrowanych czasopismach itp.

Natomiast przy artykułach, które są przeznaczone wyłącznie dla pewnych zawodów, byłoby nonsensem ogłaszać w dziennikach, które są obliczone dla setek tysięcy czytelników wszystkich stanów i zawodów. Jako przykład przytoczę sklepowe kasy kontrolne, które są używane tylko przez kupców restauratorów itp., podczas gdy szersze warstwy publiczności nie wchodzą tu w rachubę. Ołoszenie w dziennikach tego artykułu byłoby więc chybione, istnieje bowiem tańsza i bliższa droga do wprowadzenia się u kupców i restauratorów, a to przez intenzywne ogłaszanie się **w zawodowych czasopismach**, przez bezpośrednie wysyłanie prospektów itp. Propaganda dajmy na to na instrumenty lekarskie zostanie skutecznie przeprowadzona tylko przez ogłoszenia w czasopismach zawodowo-lekarskich, jak również przez częste obsyłanie lekarzy, lecznic, szpitali itp. prospektami itp.

Warto jeszcze nadmienić propagandę **kolektywna**, a mianowicie przez zjednoczenie się wszystkich wytwórni pewnego towaru celem propagowania jaknajwiększego konsumowania danego towaru wśród ludności. Koszta całej tej akcji ponoszą razem wszystkie wytwórnie. Niezależnie od tego może każda wytwórnia z osobna prowadzić kampanję reklamową na swoją. Przykład propagandy kolektywnej widzimy w ostatnich czasach w przemyśle cukrowym w Polsce, ktory w porozumieniu ze wszystkiemi rafinerjami prowadzi akcję propagandową na bardzo szeroko zakrojoną skalę dla spopularyzowania spożycia cukru.

Nie jest celem tego artykułu dać wyczerpujące wskazówki, jak się reklamować, jest to zresztą temat, który trudno się da wyczerpać w jednym, czy dwóch artykułach zadaniem mojem było tylko wskazać na to, że chcąc przeprowadzić kampanję reklamową w sposób ekonomiczny trzeba się dokładnie zastanowić nad każdym szczegółem tej materji i trzeba posiadać dużo umiejętności w tym kierunku i w pierwszym rzędzie być znawcą psychologji kupujących danego artykułu.

S. Inslicht-Eisenstein.

Naczelny redaktor: Dr. Norbert Salpeter. — Wydawca: Za Krak. Stow. Kupców: Samuel Schechter.
Redaktor odpow. Samuel Kurzmann. — Drukarnia Uniwersalna Romana Beera i Ski, Kraków, Grzegórzecka 32. Telefon 119-56.